

今日のキーワード「ヒット商品番付」は消費回復を映す(日本)

ヒット商品に関するランキングは、その時々流行や経済情勢を映す指標として注目され、複数の企業や団体が発表しています。例えば、日本経済新聞社は「日経MJヒット商品番付」として、消費動向や世相を踏まえて、売れ行きや開発の着眼点、産業構造や生活者心理に与えた影響などを総合的に判断し、相撲の番付になぞらえたランキングを発表しています。

ポイント1 “インバウンド”など観光分野が引き続き上位に

観光インフラへの注目度が高く、地方活性化を後押し

- 6月10日に「日経MJ2015年上期ヒット商品番付」が発表されました。東の横綱には「インバウンド旋風」が選ばれました。外国人旅行者の増加によるインバウンド消費の拡大は、都市部だけでなく地方へも波及しています。“インバウンド”としては、昨年12月の「インバウンド消費」に続き2場所連続の横綱です。外国人旅行者“旋風”は、免税店の店舗数(4月1日時点)が半年でほぼ倍増したことに表れています。
- 西の横綱は「北陸新幹線」でした。また、格安航空会社(LCC)専用のターミナルとして今年4月にオープンした「成田空港LCCターミナル」も上位に入りました。両者は、観光インフラとして地方の活性化を後押ししています。

ポイント2 質志向と節約が共存

新しい体験を生む“デバイス”も上位に

- 消費マインドの改善を背景に、質を求めるトレンドが強まっています。番付の上位には原料や素材にこだわった「クラフトビール」や、豆の仕入れや入れ方にこだわる「ブルーボトルコーヒー」が入りました。一方、コンビニでの「イトイン」や「セブンドーナツ」も上位にランクされており、引き続き節約志向も根強いことがうかがわれます。
- その他の上位には「アップルウォッチ」が入りました。ウェアラブル端末の本格的普及のきっかけとなるか注目されます。また、最近注目度が急上昇した小型無人飛行機「ドローン」も選ばれました。



今後の展開 消費マインドのさらなる改善で、「質志向」の消費傾向が強まる見込み

■下期のトレンドは、復活、地域密着、定番

日本経済新聞社によると、今後のトレンドは、過去人気だった映画シリーズなどのリバイバル(復活)、地域に応じた商品開発(地域密着)、知名度の高いおなじみの商品(定番)とされています。新しいメガヒットは見込めませんが、手堅い商品が有望なようです。

■「ベア」が支える質志向

今回の番付で西の大関に「ベア(ベースアップ)」が選ばれました。円安の恩恵を受ける自動車業界などがリードし、「ベア」を実施する企業が相次いだことを受けたものです。消費は、「価格」よりも「質」を重視する傾向が強まっていると見られ、「ベア」が「質志向」を一層促すか注目されます。

ここも
チェック!

2015年06月16日 「サービス消費」は底堅い動き(日本)
2015年06月09日 最近の指標から見る日本経済(2015年6月)

■当資料は、情報提供を目的として、三井住友アセットマネジメントが作成したものです。特定の投資信託、生命保険、株式、債券等の売買を推奨・勧誘するものではありません。■当資料に基づいて取られた投資行動の結果については、当社は責任を負いません。■当資料の内容は作成基準日現在のものであり、将来予告なく変更されることがあります。■当資料に市場環境等についてのデータ・分析等が含まれる場合、それらは過去の実績及び将来の予想であり、今後の市場環境等を保証するものではありません。■当資料は当社が信頼性が高いと判断した情報等に基づき作成しておりますが、その正確性・完全性を保証するものではありません。■当資料にインデックス・統計資料等が記載される場合、それらの知的所有権その他の一切の権利は、その発行者および許諾者に帰属します。■当資料に掲載されている写真がある場合、写真はイメージであり、本文とは関係ない場合があります。